



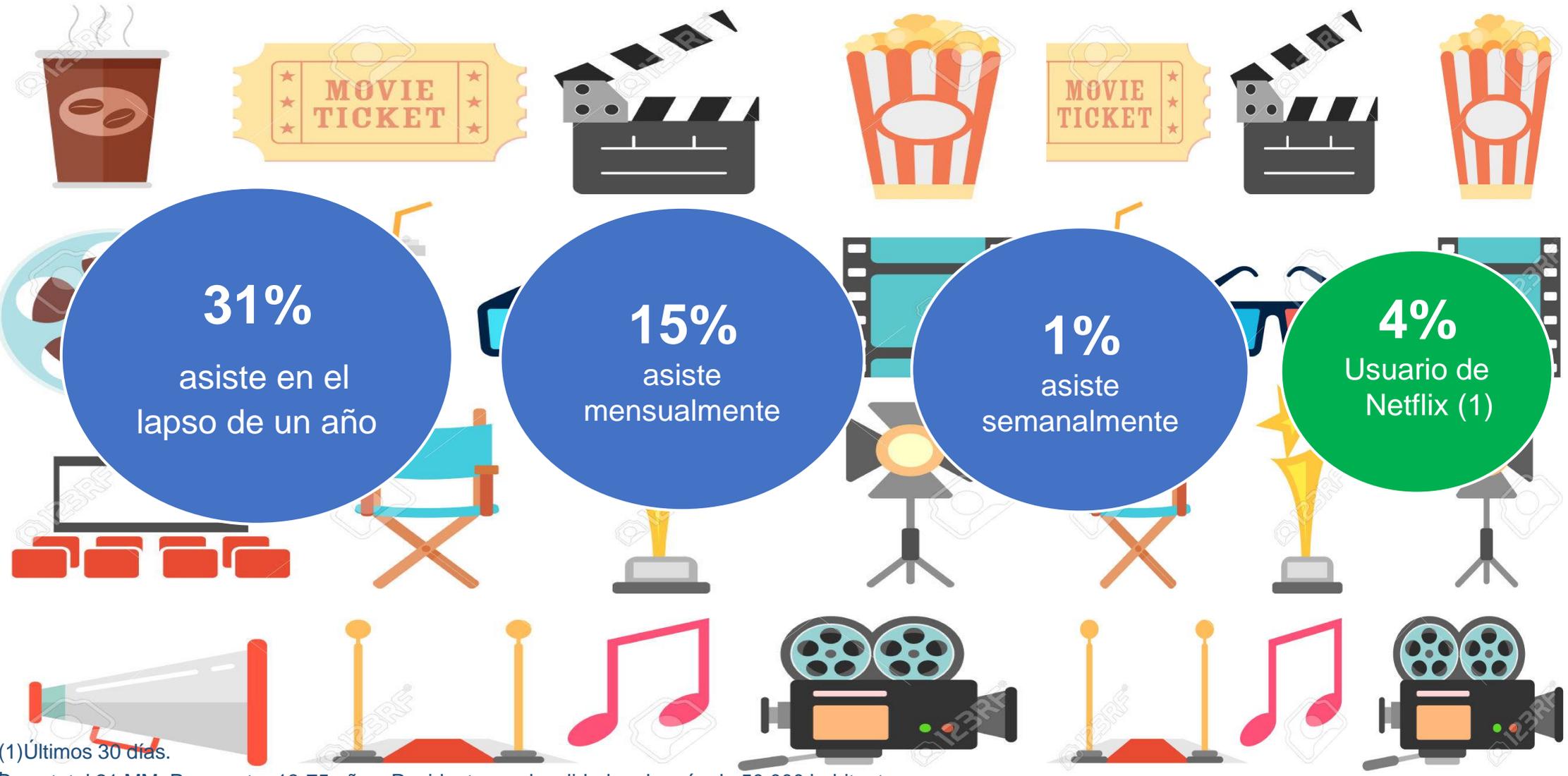
Tendencias de medios

Especial: CINE.

Nº 14 - Diciembre 2016

Realizado por el Departamento de Research de Anunciar
Consultas o sugerencias: contacto@anunciar.com

Dimensionando... los que asisten al cine

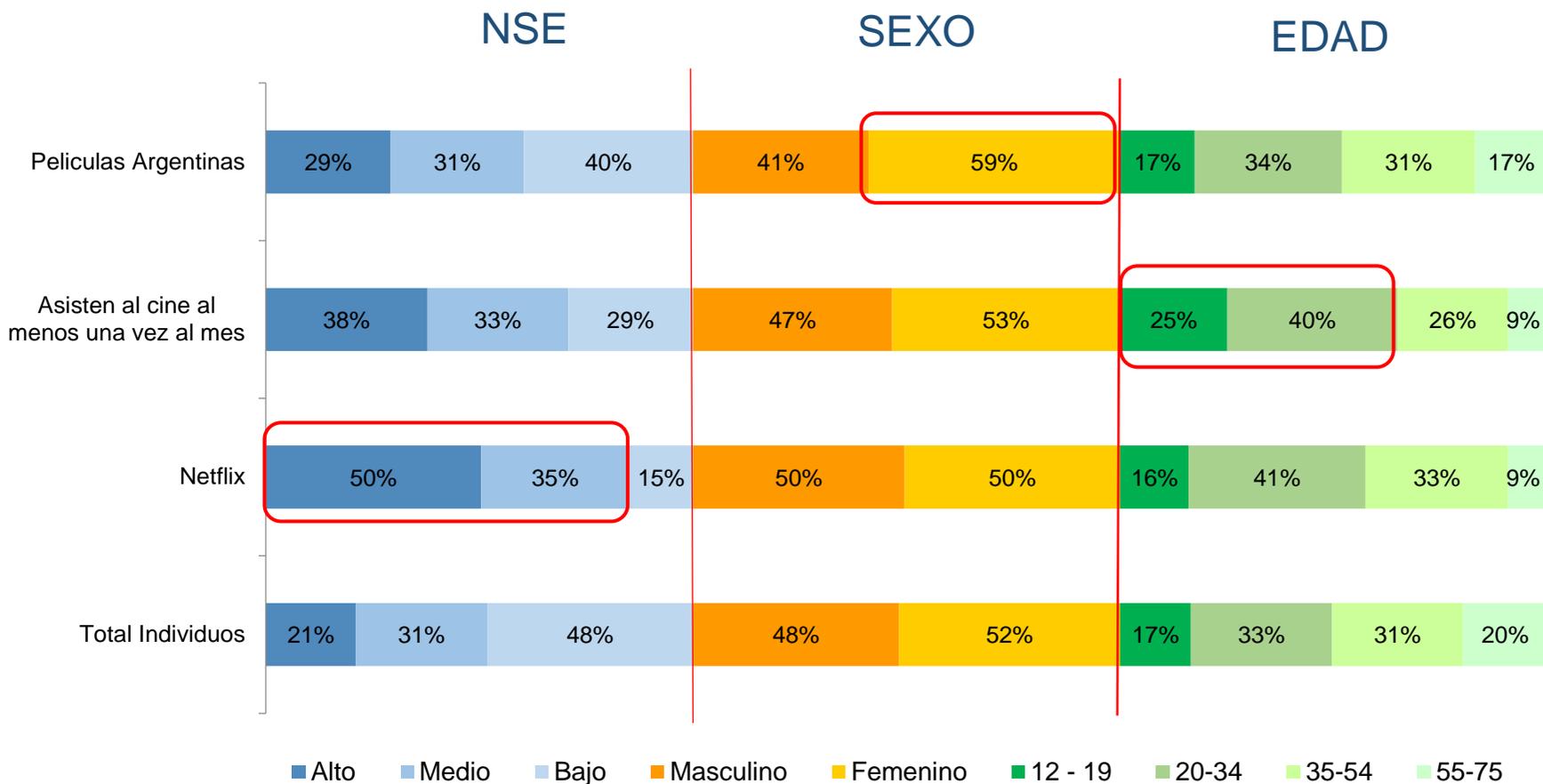


(1)Últimos 30 días.

Base total 21 MM. Pers. entre 13-75 años. Residentes en localidades de más de 50.000 habitantes.

Fuente: TGI. Kantar Ibope Media. Acumulado jul 2015-jul 2016.

Perfil de los asistentes al cine y usuarios de Netflix



El género femenino es el que más elige ver películas Argentinas.

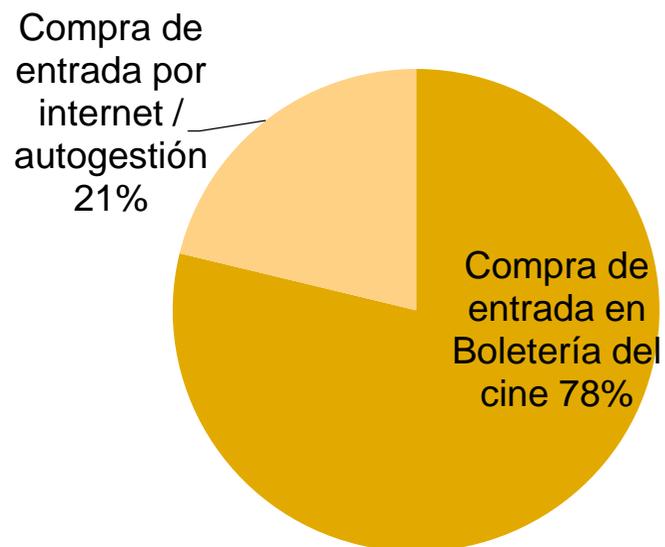
Los asistentes al cine son principalmente menores a 34 años.

El 85% de los usuarios de Netflix pertenecen al NSE alto y medio. Y el mayor consumo se concentra entre los 20 y 54 años.

Fuente: TGI. Kantar Ibope Media. Acumulado jul 2015-jul 2016.

Hábitos asociados al cine

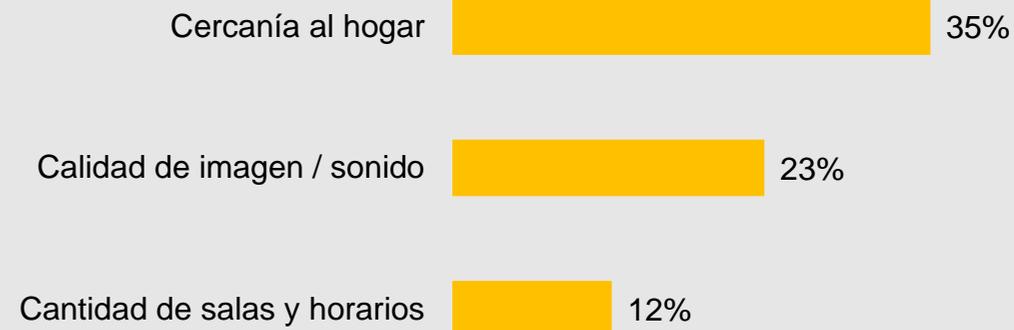
¿Dónde compramos la entrada?



- La boletería sigue siendo “el” lugar de compra de las entradas al cine.

Principales motivos de elección de una sala

- La cercanía, la experiencia vivida en la sala y la “gran” oferta de salas y horarios; entre los principales factores que determinan a qué sala ir.



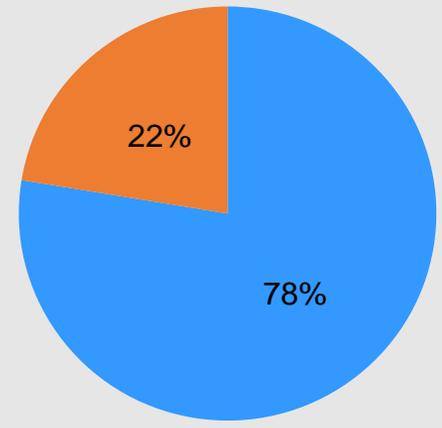
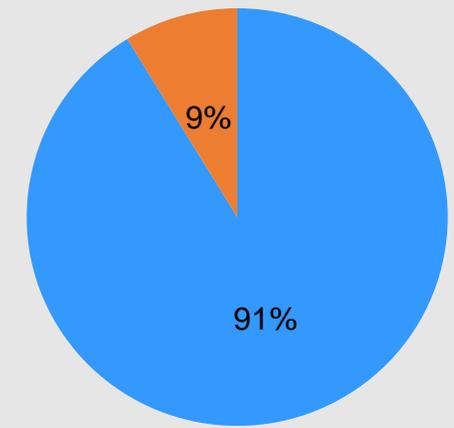
Base: Asisten al cine al menos una vez al mes. Acumulado jul 2015-jul 2016. Fuente: TGI. Kantar Ibope Media.

El 83% de las pantallas del país son multipantallas



Películas 3D

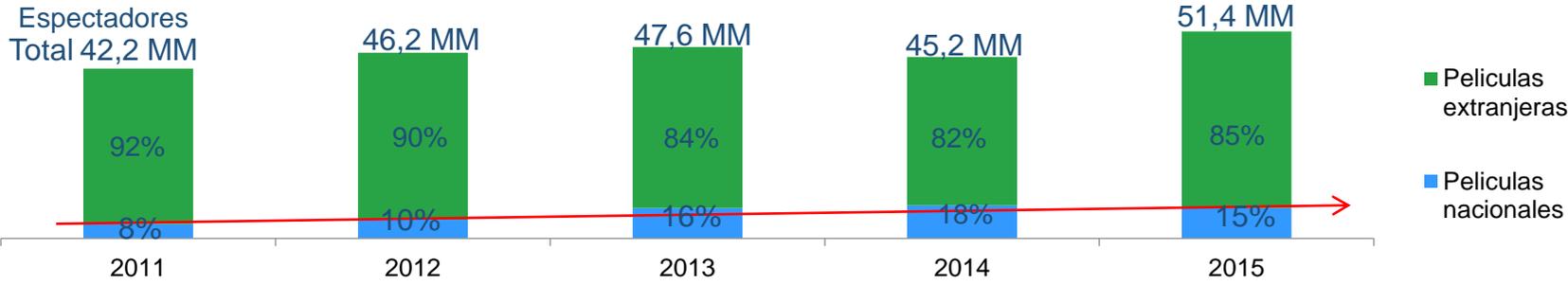
Año 2015



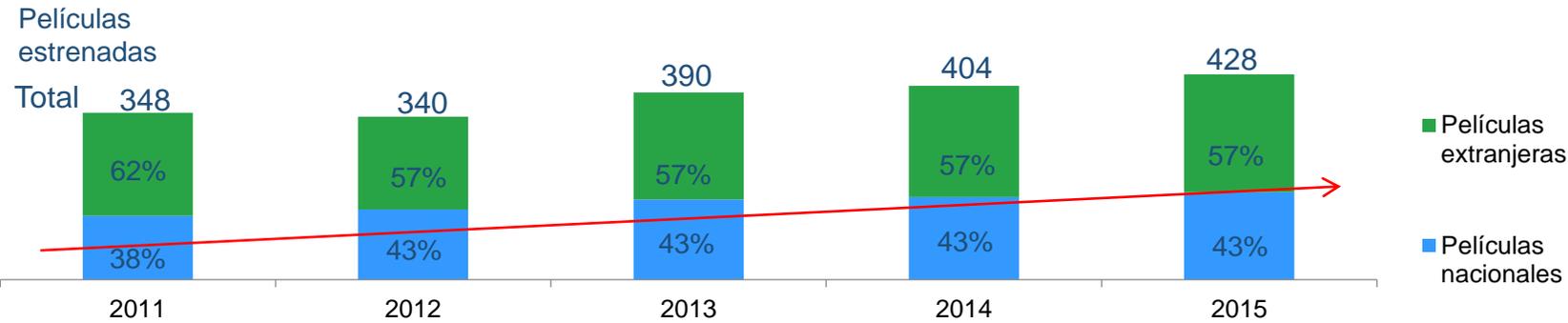
Fuente: Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales. Anuario estadístico 2011-2015.

¿Qué elegimos los argentinos a la hora de ir al cine?

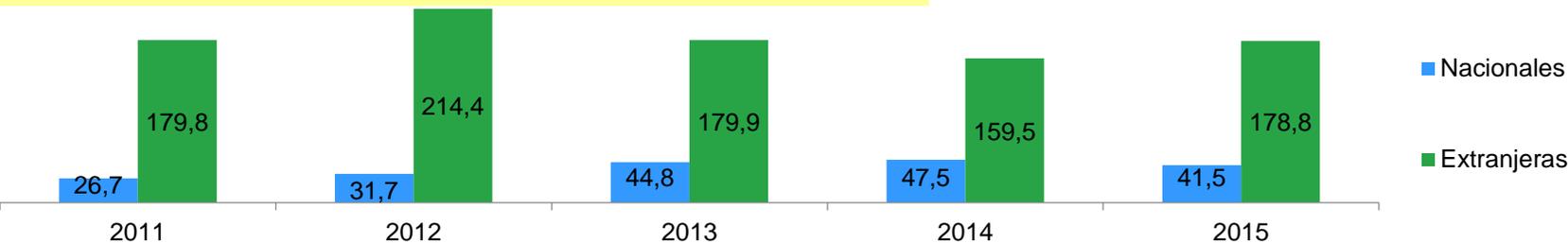
ORIGEN



OFERTA

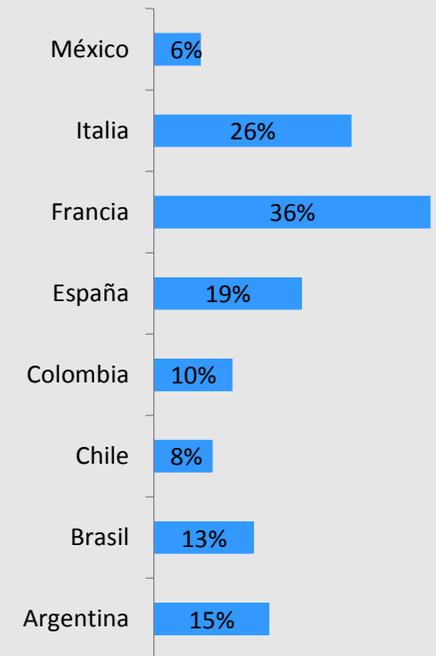


ESPECTADORES/ PELÍCULAS ESTRENADAS ('000)



Espectadores nacionales

La participación de espectadores de películas nacionales en Argentina es del 15%. Se posiciona por encima de países latinoamericanos como Brasil, México y Chile.

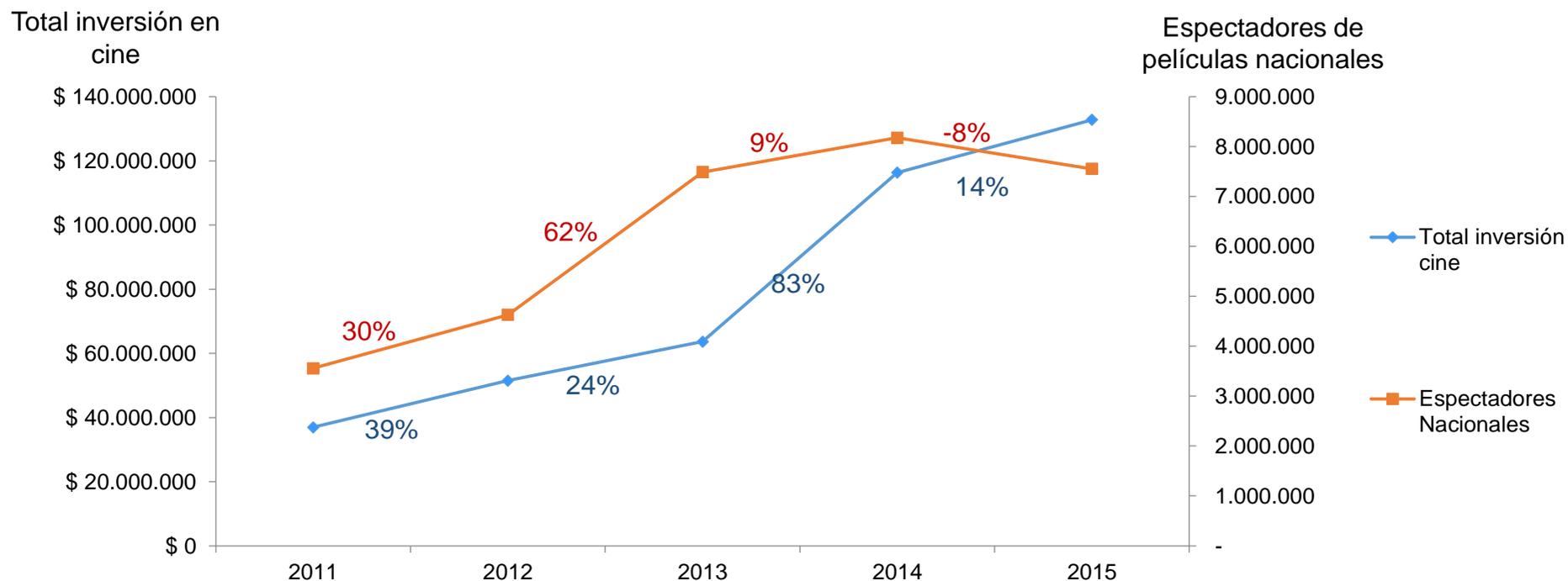


Base: Espectadores nacionales sobre el total de espectadores de cada país. Año 2015.

Fuente: Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales. Anuario estadístico 2011-2015.

Aumento de relevancia del cine Argentino

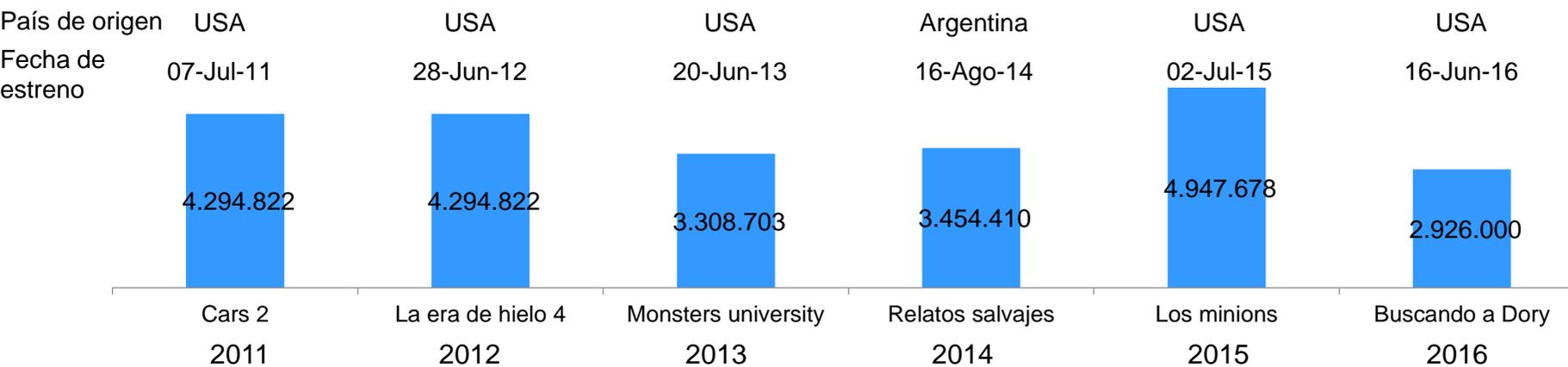
Hay una correlación entre la inversión publicitaria en medios masivos y la cantidad de espectadores de películas nacionales. Se observa en los últimos años que estas variables y el aumento en la cantidad de estrenos nacionales consolidó resultados positivos en el cine nacional.



Fuente: Monitor de medios publicitarios. Inversión Neta. Descuento promedio de mercado/ INCAA.

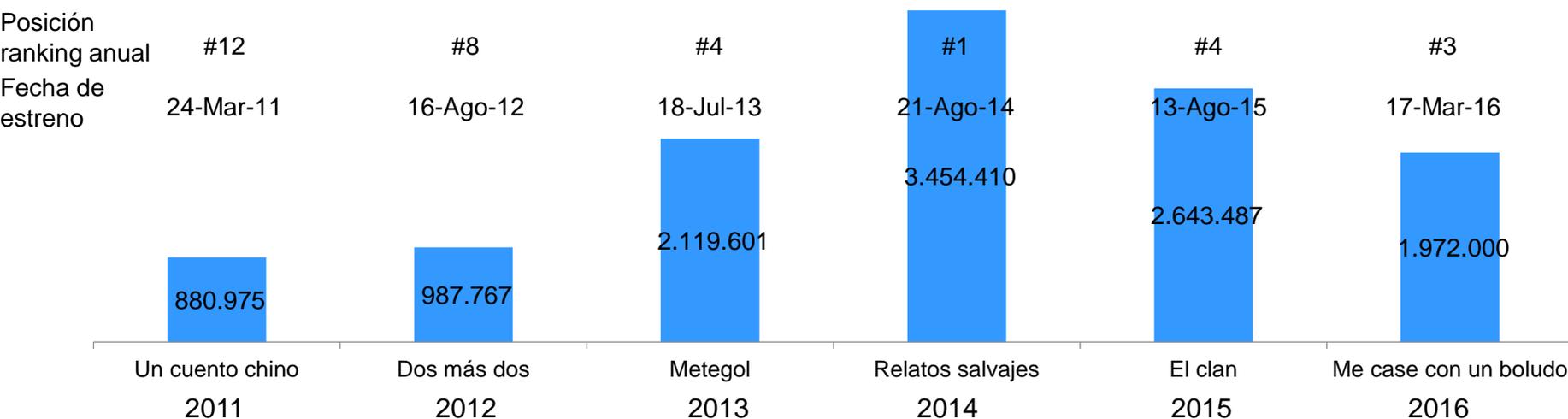
Películas más vistas

Espectadores. Total Películas. Posición N. 1



El máximo de espectadores alcanzados en los últimos seis años llegó a los casi 5 MM y corresponde a un film de género infantil.

Espectadores. Películas nacionales más vistas 2016-2011

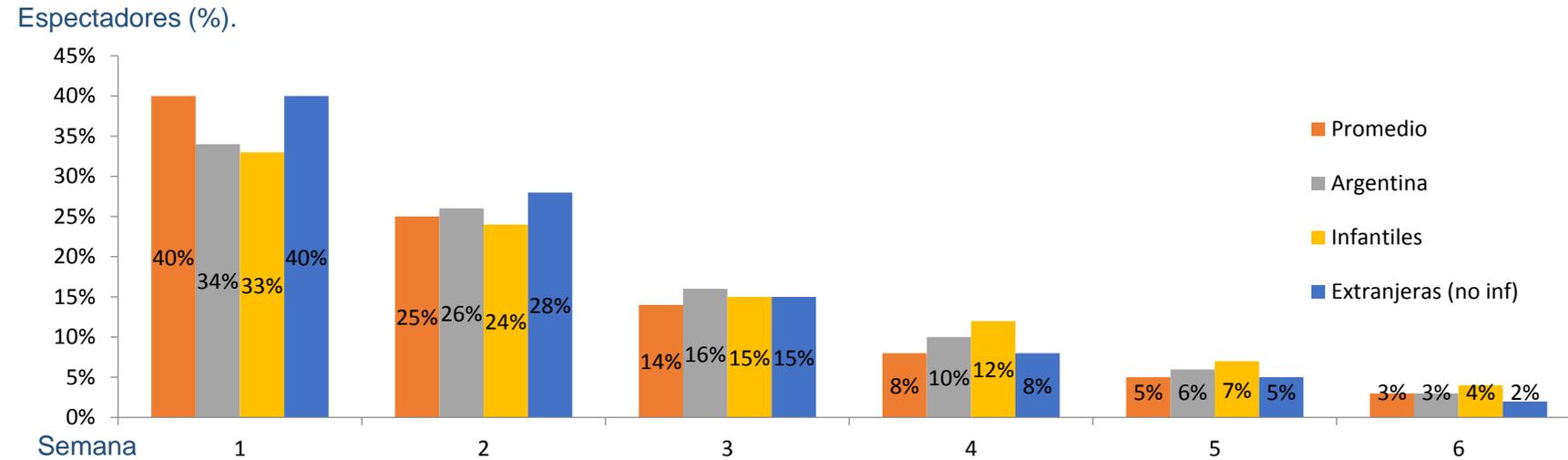


Los espectadores de películas nacionales alcanzaron un máximo de 3,5 MM con Relatos Salvajes.

Fuente: Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales. Anuario estadístico 2011-2015.

Evolución de espectadores en el tiempo

Evolución de espectadores por semana de exhibición



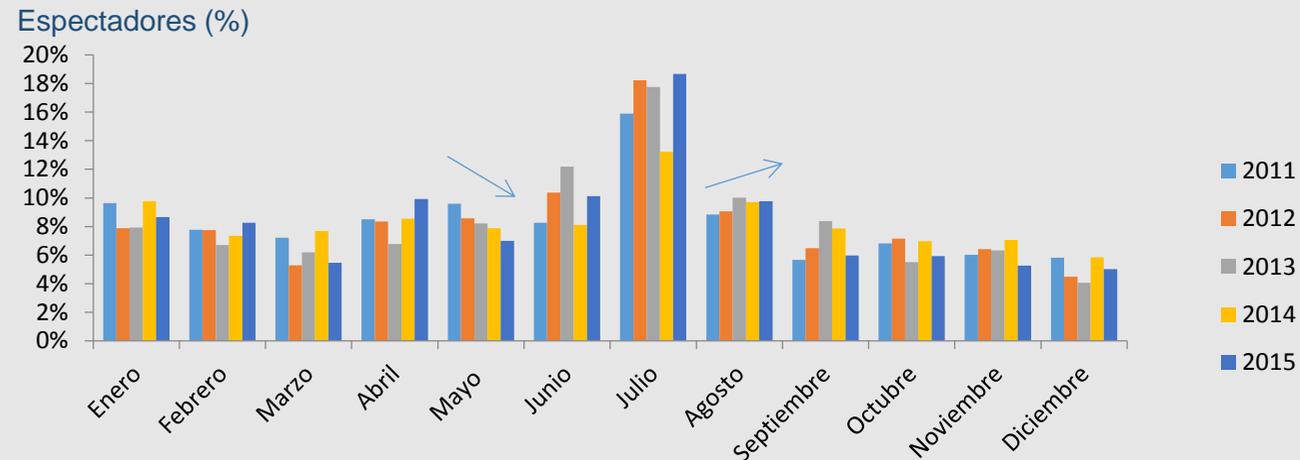
Las primeras 6 semanas alcanza más del 95% de los espectadores.

Las películas extranjeras no infantiles, en las primeras 2 semanas tienden a concentrar el 80% de sus espectadores.

Las películas infantiles y nacionales en las tres primeras semanas alcanzan a más del 70%.

Estacionalidad de espectadores

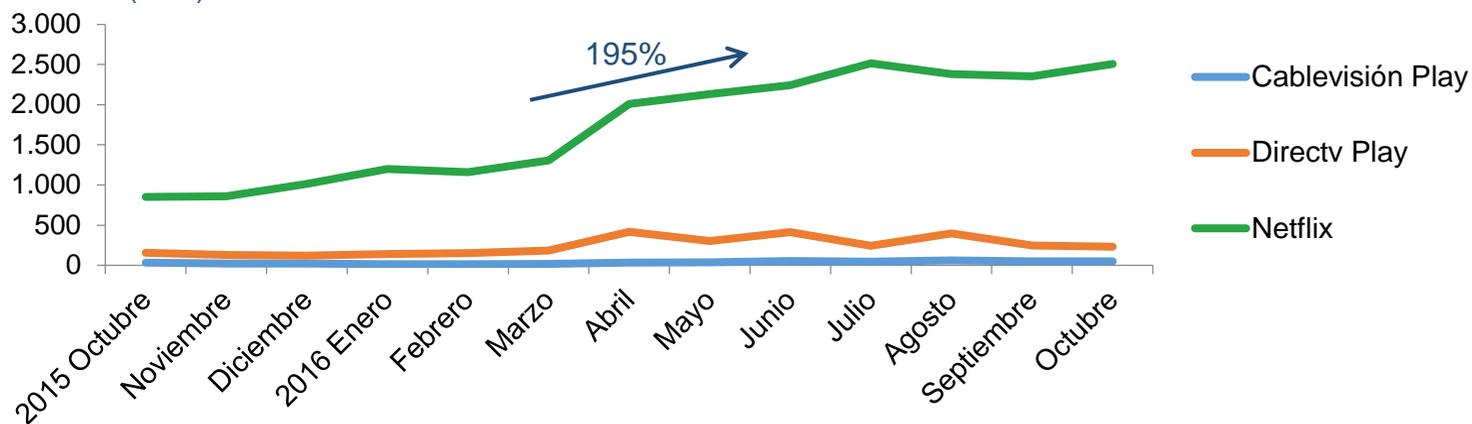
Los espectadores se concentran en el mes de Julio, en correspondencia con las vacaciones de invierno.



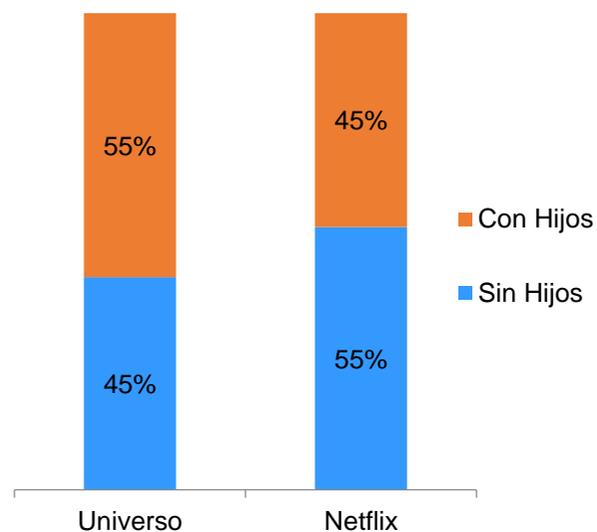
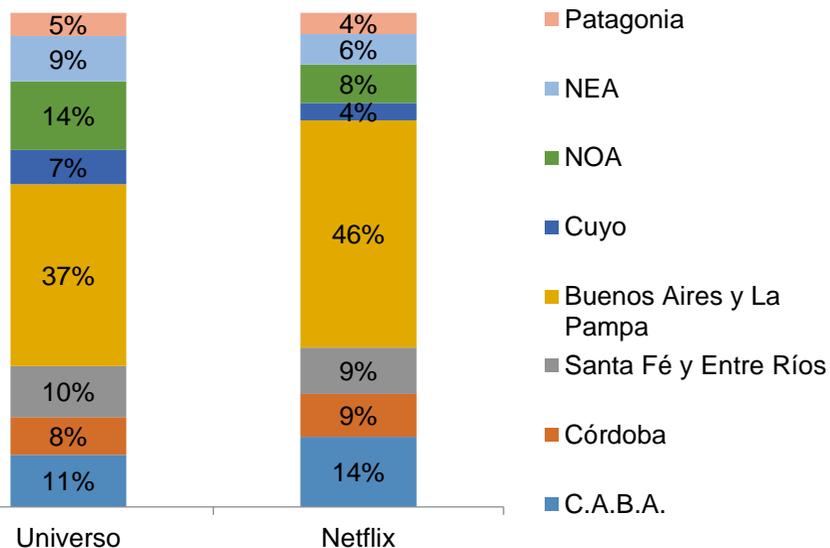
Fuente: Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales. Anuario estadístico 2011-2015.

Nuevas alternativas digitales

Audiencia ('000)



Netflix se instala como principal plataforma de video a demanda. Se consolida por encima de sus competidoras con un crecimiento del 195% entre Octubre 2015 y Octubre 2016.



El mayor porcentaje de los usuarios de Netflix no tienen hijos.

Los usuarios de Netflix se ubican principalmente en Buenos Aires, C.A.B.A. y Córdoba.

Comscore. Período Octubre 2016. Base Total Personas usuarios de internet: 26.676 ('000).

Características principales:

- La preferencia por comprar la entrada en boletería, se mantiene a pesar de la implementación de nuevas alternativas como la venta de entradas por internet y autogestión.
- La calidad de imagen y sonido y cantidad de salas y horarios son los principales motivos para la elección de una sala. Esta preferencia está acompañada por la oferta. El 83% de las pantallas se ofrecen en complejos con multipantallas.
- Si bien se observa que el perfil de los asistentes al cine y el perfil de los usuarios de Netflix pertenecen al mismo NSE y rango etario similar, en los últimos años se registro crecimiento en ambos, ubicando al cine y a Netflix como dos experiencias diferentes, no excluyentes.
- El cine argentino registra un crecimiento importante en los últimos años, esto se debe a la presión publicitaria y a un aumento en la oferta de películas, alcanzando la participación de espectadores de películas nacionales más importante de la región.